

Fenómeno de internacionalización temprana en empresas creadas en entornos universitarios.

Ángel F. Agudo¹, J. Julián Chaparro¹, Félix J. Pascual¹, Santiago Iglesias¹

¹ Dpto. de Ingeniería de Organización, Administración de Empresas y Estadística.

Escuela Técnica Superior de Ingeniería de Telecomunicación.

Universidad Politécnica de Madrid. Avda. Complutense 30, 28040 Madrid.

af.agudo@upm.es, julian.chaparro@upm.es, felixjose.pascual@upm.es, s.iglesias@upm.es

Palabras clave: Internacionalización, empresa, universidad, born global

1. Introducción

Hasta finales del siglo XX ha sido incuestionable la vigencia del modelo de internacionalización de empresas conocido como “Modelo Gradual” o “Modelo de Uppsala” (Johanson y Vahlne, 1977). Este modelo se caracteriza fundamentalmente por considerar que las empresas comienzan asentándose en sus mercados de origen, en donde van adquiriendo experiencia y conocimiento y van adueñándose de recursos que les permitan internacionalizarse gradualmente en el futuro, comenzando por países cercanos y con similitudes al país de origen. Estas similitudes se miden fundamentalmente en factores demográficos, sociológicos y culturales (Johanson y Vahlne, 1977). Según este modelo, las empresas intentan minimizar al máximo la probabilidad de fracaso de su proceso de internacionalización (Autio y Sapienza, 2000).

Pese a la demostración empírica del modelo, las transformaciones posteriores han alterado las condiciones de partida desde las que se plantea (Oviatt y McDougall, 1994). En primer lugar se produce una modificación en las condiciones del mercado en muchos de los sectores de la actividad económica, debidos a los procesos de convergencia de las naciones y apertura de fronteras. A este hecho hay que sumarle la incorporación de importantes avances tecnológicos en el ámbito de la producción, el transporte y las comunicaciones, a través de las nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC). En tercer lugar influye el grado de formación de los nuevos emprendedores, cuyas competencias profesionales mejoran significativamente en cuestiones trascendentes para la internacionalización, como su experiencia en países extranjeros o el conocimiento de varios idiomas. Por último destaca el hecho de que las empresas emplean de manera más intensiva el conocimiento como factor productivo, lo cual les permite desarrollar un mayor grado de especialización y exige menor cantidad de recursos materiales (tamaño, infraestructura, etc.) para poder proporcionar sus servicios internacionalmente (Oviatt y McDougall, 1994). Adicionalmente se ha producido una ampliación a la participación en redes internacionales de trabajo (Rialp et al., 2005a), así como a la importancia del capital intangible del emprendedor y a su capital relacional (Simoes y Dominguiños, 2001).

Condicionado por todos estos factores, se observan en los últimos años comportamientos de internacionalización de empresas que se escapan del modelo anterior y se caracterizan por internacionalizar su actividad dentro de los primeros años de funcionamiento de la empresa,